MINI TUTORIAL PARA DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE EN 5 PASOS
[INCLUYE PLANTILLA]



Teresa Alba @Teresalbalv
Responsable de Marketing de MadridNYC
Gestora de contenidos en http://diseñocreativo.com

Presentación y plantilla elaborada para www.marketingandweb.es



¿QUÉ VAS A APRENDER CON ESTE TUTORIAL?

5 PASOS ESTRATÉGICOS PARA TU PLAN



1. Estrategias para analizar la competencia y definir el mercado objetivo
2. Definir a tu audiencia y palabras clave en función a tus objetivos
3. Trucos para diseñar tu estrategia con una lluvia de ideas
4. Cuáles son las herramientas para poner en marcha tu plan de acción
5. Por qué debes analizar resultados y cuáles son las variables principales



Teresa Alba

FÓRMULAS PARA QUE FUNCIONE TU ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

- CONTAR CON UN BUEN EQUIPO
- DAR VALOR Y VALORAR AL CLIENTE
- PLANIFICARSE Y ANALIZAR
- ARMARSE DE BUENAS HERRAMIENTAS

Y sobre todo.... PONERLE PASIÓN Y COMPROMISO





Teresa Alba

#PASO 1: ANÁLISIS INTERNO Y DE LA COMPETENCIA

Producto o servicio: ¿Cuál es su público objetivo?, ¿qué necesidades satisface?, ¿existe demanda suficiente en el mercado?, ¿quiénes lo ofrecen ya y de qué manera?, ¿qué características diferenciales tiene tu producto o servicio?

Cliente objetivo: ¿Dónde vive?, ¿cuál es su edad?, ¿cuáles son sus hábitos de consumo?, ¿cuáles son sus necesidades?, ¿qué factores le motivan a la hora de hacer una compra?

Competencia directa: ¿Quién es?, ¿qué estrategias de marketing online sigue?, ¿quiénes son sus clientes y de qué manera satisface sus necesidades?





#PASO 2: DEFINICIÓN DE OBJETIVOS, SEGMENTACIÓN Y PALABRAS CLAVE

¿Cuáles son tus objetivos? ¿quieres posicionarte como experto en algún área?, ¿vender más?, ¿conseguir clientes nuevos o fidelizar a los que tienes?



AUDIENCIA

¿A quién va dirigido el producto o servicio y qué tipo de contenido digital es más acorde a su perfil?

CONTENIDOS

¿Cómo puedes darle valor a tu audiencia?, ¿qué tipo de contenidos comparte la competencia y de qué manera?

PALABRAS CLAVE

¿Qué contenidos posiciona la competencia y para que palabras clave?, ¿cuáles tienen más búsquedas y funcionan mejor?

Analizando estos 3 conceptos -> Listado de todas aquellas palabras clave que te posicionarían dentro de tu área, que tienen un volumen adecuado de búsquedas y para las cuales tienes posibilidades.



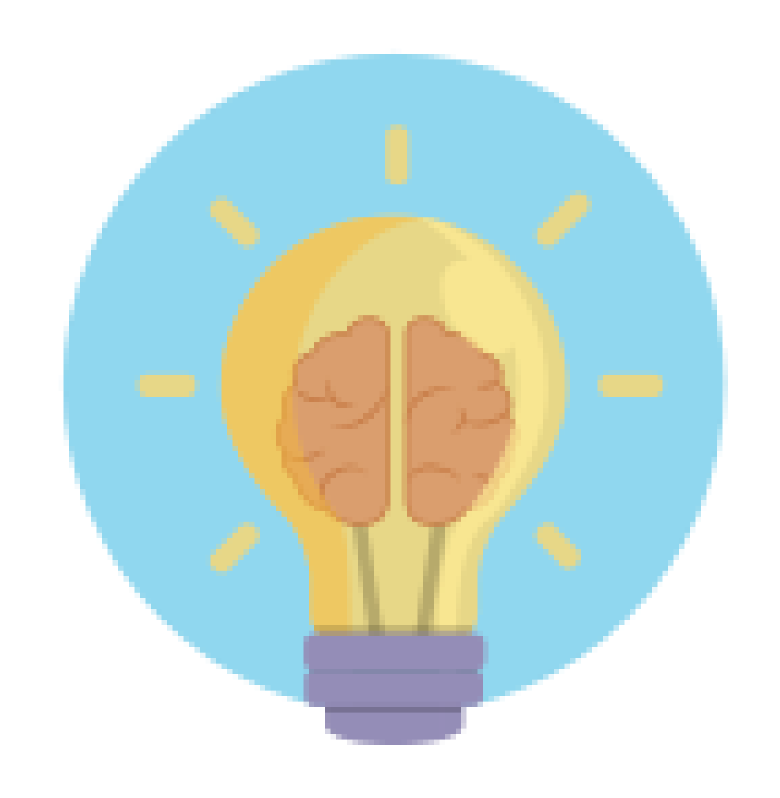
Teresa Alba

#PASO 3: LLUVIA DE IDEAS Y DISEÑO DE LA ESTRATEGIA

Listado de buenas ideas para darte a conocer y aportar valor a tu audiencia:

•Contar con un diseño web adaptado para dispositivos móviles
•Cuidar todos los detalles de la imagen corporativa
•Ofrecer contenido descargable
•Hacer al usuario partícipe de tu marca con el marketing emocional
•Lanzar ofertas, promociones, bonos descuento y sorteos en redes sociales
•Grabar vídeos tutoriales de bienvenida o explicativos sobre tu producto
•Enviar boletines informativos personalizados
•Crear comunidades de intereses en redes sociales

Áreas de tu estrategia de marketing online donde englobar todas estas ideas:
•Diseño gráfico y web
•Programación
•Redes Sociales
•SEO y posicionamiento
•Email marketing y otras estrategias de captación







Teresa Alba

#PASO 4: PLAN DE ACCIÓN Y RECURSOS

Planificación de acciones en un calendario a corto, medio y largo plazo

DESCRIPCIÓN	ACTUAL	TARGET	DELTA	EJEMPLO
KPI'S DE TRÁFICO	250	200	+10%	Visitas, tasa de rebote, páginas vistas...
KPI'S DE VENTA	2.4	1.9	+15%	Tasa de abandono, nuevos clientes, coste de venta...
KPI'S EN REDES SOCIALES	17,500	20,750	-5%	Interacciones, likes, influencia...

Canales: SEO, Google Adwords, los planes de afiliados, las redes sociales, promos ads, el marketing de contenidos, la gamificación, la newsletter, el diseño de landing pages, etc.

Herramientas, recursos y plantillas

•Recursos organizativos
•Plataformas de trabajo en línea y freelance
•Plantillas, mockups y recursos gráficos
•Herramientas analíticas
•Gestores de email marketing
•Herramientas de monitorización



Teresa Alba

EJEMPLOS DE RECURSOS ORGANIZATIVOS

HORARIO DE TAREAS COMPARTIDO

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
TAREA 1				
TAREA 1			TAREA 2	
	TAREA 2			
		TAREA 1		

Tareas Miembro 1

Tareas Miembro 2

Tareas Miembro 3



Teresa Alba

CALENDARIO EDITORIAL

Semana	Blog	Categoría/Temática	Copy (Título)	URL	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido(número)			
						Enlace	Texto	Imagen	Vídeo
Semana 1									
Semana 2									



Teresa Alba

OTRAS HERRAMIENTAS NECESARIAS EN MARKETING DIGITAL

PLANTILLAS EDITABLES

WordPress
Blogger
ThemeForest
Envato
Dribbble

PLATAFORMAS DE TRABAJO

Workana
Twago
Nubelo
Guru
Freelancer

RECURSOS GRÁFICOS

Bigstockphoto
Shutterstock
Graphicriver
Pinterest
Piktochart

HERRAMIENTAS ANALÍTICAS

Google Analytics
SEMrush
Moz
WebSEO
Ahrefs

EMAIL MARKETING

Mailchimp
Mailrelay
Campaign Monitor
Aweber
GetResponse



Teresa Alba

#PASO 5: CONTROL Y ANÁLISIS DE RESULTADOS







RESULTADOS = OBJETIVOS



RESULTADOS > OBJETIVOS

El objetivo de llevar un análisis exhaustivo de resultados, es asegurar que el ROI (retorno de inversión) sea positivo.



Teresa Alba

PLANTILLA EXCEL DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

A la hora de monitorizar tus publicaciones en el blog o en redes sociales, y medir los resultados de tus campañas y promociones, debes volcar todos los datos en una plantilla Excel como esta:







Teresa Alba

SOBRE MI

Formo parte de un pequeño equipo de freelancers, MadridNYC, que cuida la **imagen visual** y la **visibilidad** de las marcas en Internet de una forma **transparente** y **cercana**.

